

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ
Учебно-методическое объединение по гуманитарному образованию

УТВЕРЖДАЮ

Первый заместитель Министра образования
Республики Беларусь


В.А. Богуш
10.12.2014
Регистрационный № ТД-Е, 531/тип.

МЕТОДОЛОГИЯ И МЕТОДЫ ИССЛЕДОВАНИЯ КОММУНИКАЦИИ

**Типовая учебная программа по учебной дисциплине
для специальности:**

1-23 01 15 Социальные коммуникации;

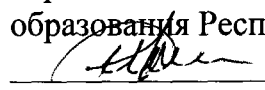
СОГЛАСОВАНО

Заместитель директора по науке
Института социологии
Национальной академии наук Беларуси
В.Л. Абушенко


18.04.2014

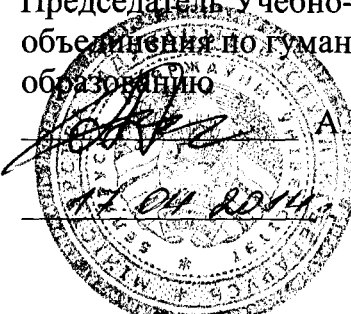
СОГЛАСОВАНО

Начальник Управления высшего
образования Министерства
образования Республики Беларусь
С.И. Романюк


10.12.2014


СОГЛАСОВАНО

Председатель Учебно-методического
объединения по гуманитарному
образованию

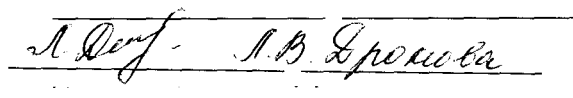

А.В. Данильченко
17.04.2014

СОГЛАСОВАНО

Проректор по научно-методической
работе Государственного учреждения
образования «Республиканский
институт учителей школы»


И.В. Титович
19.12.2014
г. Минск

Эксперт-нормоконтролер


Л.В. Дронова
14.11.2014

СОСТАВИТЕЛИ:

М.Н. Мазаник, доцент кафедры социальной коммуникации Белорусского государственного университета, кандидат социологических наук, доцент;

Н.В. Ефимова, доцент кафедры социальной коммуникации Белорусского государственного университета, кандидат философских наук, доцент;

И.Ф. Бурина, старший преподаватель кафедры социальной коммуникации Белорусского государственного университета

РЕЦЕНЗЕНТЫ:

Кафедра экономической социологии учреждения образования «Белорусский государственный экономический университет»;

Екадумова И.И., доцент кафедры социальных наук учреждения образования «Военная академия Республики Беларусь», кандидат политических наук, доцент

РЕКОМЕНДОВАНА К УТВЕРЖДЕНИЮ В КАЧЕСТВЕ ТИПОВОЙ:

Кафедрой социальной коммуникации Белорусского государственного университета
(протокол № 9 от 31. 03. 2014 г.);

Научно-методическим советом Белорусского государственного университета
(протокол № 4 от 01. 04. 2014 г.);

Научно-методическим советом по группе специальностей «Коммуникации»
Учебно-методического объединения по гуманитарному образованию
(протокол № 2 от 17. 04. 2014 г.)

Ответственный за редакцию: Мазаник М.Н., Бурина И.Ф.

Ответственный за выпуск: Ефимова Н.В.

ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

Учебная дисциплина «Методология и методы исследования коммуникации» предназначена для реализации на первой ступени высшего образования.

Типовая учебная программа дисциплины «Методология и методы исследования коммуникации» разработана в соответствии с образовательным стандартом и типовым учебным планом по специальности 1-23 01 15 «Социальные коммуникации».

Цель дисциплины – познакомить студентов с методами исследования коммуникаций и сформировать навыки их практического применения.

Учебные задачи дисциплины:

- познакомить студентов с базовыми принципами методологии социальных исследований;
- сформировать навыки и умения проектирования и планирования количественных и качественных исследований;
- дать представление и сформировать устойчивые навыки использования общих методов эмпирического социального исследования;
- дать обзор специальных методов исследования коммуникаций, показать связи и различия между общими и специальными методами исследования коммуникаций;
- познакомить с современной литературой по методологии исследования коммуникаций, сформировать навыки критической оценки опубликованных исследований;
- познакомить с доступными компьютерными программами анализа данных о коммуникациях.

В результате изучения дисциплины студент должен:

знать:

- характеристики и функции программы социального исследования;
- основы теории выборки, обоснование ее репрезентативности;
- исследовательские стратегии;
- основные показатели медиапланирования;

уметь:

- разрабатывать программу и инструментарий социального исследования;
- формулировать и проверять дедуктивные и индуктивные гипотезы;
- осуществлять исследования СМИ, включая Интернет;
- осуществлять количественный и качественный анализ текстов;

владеть:

- методами сбора данных и материалов;
- методами изучения средств массовой информации и их аудиторий;
- методами исследования социальных сетей;
- методами оценки эффективности коммуникации.

На семинарских занятиях студенты под руководством преподавателя учатся составлять программы и инструментарий для сбора данных, другие документы, необходимые для сбора и анализа информации в прикладных исследованиях. Развитие и закрепление навыков, полученных при изучении данной дисциплины, происходит в ходе научно-производственной практики, а также при сборе материалов при написании студентами курсовых работ.

Знания и умения, необходимые для успешного прохождения дисциплины. Предполагается, что студенты обладают знаниями в общей теории коммуникаций, социальной теории и философии.

Структура учебной дисциплины. Учебная дисциплина включает три раздела. Первый раздел дает представление о методологии исследований в социальных науках, особенностях научного исследования, природе теории, принципах проектирования и проведения количественных и качественных исследований, требованиях к представлению результатов исследования. Во втором разделе обсуждаются методы эмпирических исследований, общие для социальных наук: эксперимент, опрос, нестандартизированное интервью, наблюдение. Третий раздел посвящен специальным методам исследования коммуникативных процессов: анализу социальных сетей, количественному и качественному анализу документов и текстов, анализу разговоров и дискурса, методам исследования рекламы.

На изучение дисциплины «Методология и методы исследования коммуникации» отводится 328 часов, из них 206 часов аудиторных, примерное распределение которых по видам занятий включает 100 часов лекционных и 106 часов семинарских).

Текущий контроль за работой студентов осуществляется на семинарских занятиях и в форме управляемой самостоятельной работы. В каждом из разделов курса студенты самостоятельно выполняют как минимум по одному исследовательскому проекту. **Итоговый контроль** рекомендуется осуществлять в форме теста или устного экзамена. Общая оценка знаний по учебной дисциплине складывается из отметок за работу на семинарских занятиях, из отметок за выполненные самостоятельные работы и экзаменационной отметки. Возможны премиальные баллы за оригинальность и/или трудоёмкость самостоятельных исследовательских проектов, самостоятельный поиск литературы для подготовки к семинарским занятиям, использование публикаций на иностранных языках.

ПРИМЕРНЫЙ ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН

№	Раздел, тема	Всего	Лекции	Семинар ские занятия
	РАЗДЕЛ 1. ОБЩАЯ МЕТОДОЛОГИЯ СОЦИАЛЬНЫХ ИССЛЕДОВАНИЙ			
1.1	Введение в методологию социальных исследований	16	10	6
1.2	Программирование и проведение количественного исследования	22	10	12
1.3	Проектирование и проведение качественного исследования	20	10	10
1.4	Представление результатов социального исследования	14	6	8
	РАЗДЕЛ 2. ОБЩИЕ МЕТОДЫ ЭМПИРИЧЕСКОГО ИССЛЕДОВАНИЯ			
2.1	Эксперимент	10	6	4
2.2	Методы опроса	18	8	10
2.3	Качественное интервью	12	6	6
2.4	Групповое интервью	12	6	6
2.5	Наблюдение	12	6	6
	РАЗДЕЛ 3. ЧАСТНЫЕ МЕТОДЫ ЭМПИРИЧЕСКОГО ИССЛЕДОВАНИЯ			
3.1	Анализ социальных сетей	16	8	8
3.2	Количественный и качественный контент-анализ	18	8	10
3.3	Качественный анализ текста: обоснованная теория, анализ дискурса	22	12	10
3.4	Исследование маркетинговых коммуникаций методом фокус-групп (тестирование рекламных материалов на фокус-группах)	14	4	10
	Всего	206	100	106

СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

РАЗДЕЛ 1. ОБЩАЯ МЕТОДОЛОГИЯ СОЦИАЛЬНЫХ ИССЛЕДОВАНИЙ

ТЕМА 1.1 ВВЕДЕНИЕ В МЕТОДОЛОГИЮ СОЦИАЛЬНЫХ ИССЛЕДОВАНИЙ

Общая характеристика методологии социальных исследований. Особенности социального исследования: объективность /интерсубъективность, эксплицитность, контролируемость, достоверность, новизна, кумулятивность, простота, публичность, прагматичность, амелиоризм. Историческая и социальная обусловленность научного знания. Цели научного исследования: описание, объяснение, предсказание. Основные типы методологического дискурса: социальные доктрины, социальные обследования, социальные исследования. Дедуктивное и индуктивное исследование. Разведывательное (эксплораторное), описательное и аналитическое (конфирматорное) исследования. Уровни методологического знания. Место методологии в структуре научного знания. Понятия методологии, метода, методики и техники исследования. Понятие социального исследования. История социальных исследований в Республике Беларусь. Становление социальных наук в 1920-е гг. Возрождение белорусской социологии в 1960-е гг. Институционализация науки о коммуникации в 1990-е. Особенности социальных исследований коммуникативных феноменов. Специфика основных теоретико-методологических ориентаций в социальных науках. Символический интеракционизм. Структурный функционализм. Неопозитивизм. Феноменология и этнометодология.

Основные формы фиксации знания. Факт как форма фиксации знания. Понятие социального факта. Закон как форма фиксации знания. Классификация научных законов. Возможность формулирования социологических законов. Определение как форма фиксации знания. Описание и объяснение в социальных науках. Процедура понимания. Обыденные и научные понятия. Структура теории (понятия, факты, артикуляция связей между понятиями, объяснения, модели). Понятия (конструкты) и индикаторы. Модель измерения. Типы объяснения (механическое и функциональное). Каузальная связь. Минимальные условия каузальности (корреляция, временной порядок, отсутствие альтернативных объяснений). Манипулятивное понимание каузальности. Теории в социальных науках: объяснительные, эвристические, аналитические, экзегетические (П. Штомка). Роль предположений и гипотез в разработке теорий. Проверка теорий на правдоподобие. Фальсификация.

ТЕМА 1.2 ПРОГРАММИРОВАНИЕ И ПРОВЕДЕНИЕ КОЛИЧЕСТВЕННОГО ИССЛЕДОВАНИЯ

Этапы и структура исследовательского процесса. Постановка проблемы в теоретическом и практическом исследовании. Методологический раздел

программы социального исследования. Разработка программы исследования. Социальная проблема и исследовательская проблема. Объект и предмет исследования. Типичные ошибки в формулировании предмета исследования. Предварительный системный анализ объекта. Цели и задачи исследования. Анализ этических проблем исследования. Определение и интерпретация основных понятий. Операционализация: от теоретических конструкторов к измеряемым индикаторам. Обзор литературы. Выдвижение рабочих гипотез в конфирматорном исследовании.

Методико-процедурный раздел программы социального исследования. Определение типа данных, выбор метода сбора данных, выбор способа контроля изменений (поперечные срезы, панель, последовательное измерение, лонгитюд). Основные типы дизайна исследования. Выбор единиц анализа. Выбор метода. Эмпирическое исследование: доступность информантов, оборудование, стоимостной анализ, пилотаж, статистические процедуры. Общая характеристика выборочного метода. Генеральная совокупность и выборка. Репрезентативность наблюдаемых объектов (атрибутов объектов). Определение генеральной совокупности. Методы формирования выборочной совокупности в зависимости от задач исследования и имеющихся ресурсов. Основа выборки, возможности систематических ошибок выборки, случайный и неслучайный отбор, многоступенчатая выборка, стратифицированная выборка, квотная выборка. Сочетание методов формирования выборки. Доказательства представительности выборки: по близости распределений, средних величин, расчетных и официальных показателей. Пилотаж (пробное исследование) – апробация методик. Полевой этап сбора данных.

Методы сбора информации в социальных исследованиях. Общая характеристика метода опроса. Интервью. Анкетный опрос. Метод наблюдения. Общая характеристика метода анализа документов. Виды документов. Общая характеристика основных видов метода анализа документов. Сочетание и комбинирование методов сбора информации. Особенности методов исследования коммуникативных феноменов

Сущность анализа данных. Виды обработки и анализа данных. Последовательность аналитических действий. Подготовка данных к анализу. Процедуры анализа информации. Описательный анализ информации. Группировка, построение индексов, эмпирическая типологизация, теоретическая типологизация. Проверка гипотез. Вторичный анализ данных.

ТЕМА 1.3 ПРОЕКТИРОВАНИЕ И ПРОВЕДЕНИЕ КАЧЕСТВЕННОГО ИССЛЕДОВАНИЯ

Особенности качественного исследования: множественность истин, личностность (присутствие личности исследователя и испытуемого), процессуальность, эмпирическая обоснованность. Сравнительный анализ качественной и количественной методологии. Область применения качественных исследований. История качественных исследований. Различные перспективы и дискурсы качественных исследований. Виды качественных исследований и общий порядок действий исследователя.

Процессуальный подход к методологии исследования. Принцип двойной рефлексивности. Ведение записей «в поле». Дневник исследования. Гипотеза как промежуточный или окончательный итог исследования. Постановка проблемы исследования, исследовательские вопросы. Построение выборки. Априорная выборка. Пошаговое определение выборки в процессе исследования: теоретическая выборка. Концепции последовательного формирования выборки. Широта или глубина как цели построения выборки. Конституирование случая (единицы выборки). Типы выборок и критерии выбора. Идея теоретической выборки (принцип теоретического насыщения). Выход в поле. Проблема доступа к индивидам и социальным институтам. Позиции исследователя: свой-чужой. Транскрипция аудиовидеозаписей, обработка полевых записей и протоколов. Анализ материалов. Понятие «плотного» описания. «Сгущение» данных. Обоснованная теория (Б. Глейзер, А. Страусс).

ТЕМА 1.4 ПРЕДСТАВЛЕНИЕ РЕЗУЛЬТАТОВ СОЦИАЛЬНОГО ИССЛЕДОВАНИЯ

Итоговые документы социального исследования. Виды и функции итоговых документов. Информационная записка. Аналитическая записка. Научный отчет. Статья. Общая структура отчета: заглавие, ключевые термины, аннотации, историография темы (обзор публикаций), гипотезы, инструментарий (методы), обоснование переменных, описание объекта, обсуждение результатов анализа данных, выводы. Особенности отчетов для академической среды и для заказчика прикладного исследования. Правила цитирования в научных отчетах. Модели и моделирование в социальных науках. Модели и моделирование в социальном познании. Классификация моделей. Область применения моделирования в социальных науках.

РАЗДЕЛ 2. ОБЩИЕ МЕТОДЫ ЭМПИРИЧЕСКОГО ИССЛЕДОВАНИЯ

ТЕМА 2.1 ЭКСПЕРИМЕНТ

Классификация методов. Количественные и качественные методы в прикладных исследованиях коммуникации. Выбор метода. Комплексное использование методов в прикладных исследованиях. Этические проблемы в прикладных исследованиях.

Эксперимент и каузальный вывод. Элементы эксперимента. Понятие безупречного эксперимента. Особенности социального эксперимента: контроль за независимой переменной, очищение концептуальной переменной, фиктивный контекст, событие как независимая переменная. Способы маскировки зависимой переменной. Угрозы внутренней валидности: фон, естественное развитие, эффект тестирования, инструментальная погрешность, регрессия к среднему, факторы отбора, выбывание, взаимодействие отбора и других факторов. Угрозы внешней валидности: взаимодействие тестирования и воздействия, взаимодействие состава группы и воздействия, реакция испытуемых на эксперимент, взаимодействие между экспериментальными воздействиями.

Экспериментальные планы: план с предварительным и итоговым тестированием, план Соломона, план с контрольной группой и тестированием после воздействия и др. Этические проблемы экспериментов. Способы повышения валидности: двойной слепой метод, обман, естественный эксперимент, независимое измерение вне эксперимента, контроль восприятия ситуации испытуемым (дебрифинг). Квазиэксперименты, корреляционные исследования и их ограничения. Аналогия экспериментальной изоляции в квазиэкспериментах. Эксперименты по плану временных серий.

ТЕМА 2.2 МЕТОДЫ ОПРОСА

Понятие опроса. Диапазон пригодности методов опроса. Организация опроса. Дизайн опроса (поперечный, последовательный, лонгитюдный). Критерии качества данных опроса. Разновидности опроса: структурированное интервью, анкетирование. Подготовка опросника и других документов, необходимых для проведения опросов. Организация полевой работы. Проблемы выборки. Организация сети интервьюеров. Доля полученных ответов, причины отказов, повторное обращение к респондентам. Смещения, вызванные отказами отвечать.

Структурированное интервью. Особенности коммуникации с респондентами: объяснение, установление контакта, обращение к собеседнику, поддержание контакта, длительность, фиксация результатов. Типичные ошибки интервьюеров: вопросы-подсказки, предоставление нерелевантной информации, консультации, неверный расчет времени. Типичные заблуждения исследователей, проводящих опрос. Анкетный опрос (анкетирование). Разновидности анкетирования. Организация опроса. Фиксация результатов. Дизайн опросника для структурированного интервью и дизайн анкеты для заочного и группового опроса. Обращение, изложение целей, инструкция. Типы и виды вопросов. Выбор формы вопроса. Вопросы закрытые и открытые, категориальные, множественные, оценивающие, ранжирующие. Последовательность вопросов и принцип воронки. Проблемные вопросы: двусмысленность, неконкретность, множественность ответов, скрытые предположения, гипотетичность, терминологическая сложность, тенденциозность, влияние контекста, социальная желательность, табличный формат, обращение к памяти, длина вопроса. Буферные, контрольные и фильтрующие вопросы. Измерение социальных установок.

Особые формы опроса. Понятие социометрического опроса. Социометрический критерий. Виды социометрических критериев. Организация и проведение социометрического опроса. Социометрическая карточка. Анализ данных социометрии. Графический метод. Социометрические индексы.

ТЕМА 2.3 КАЧЕСТВЕННОЕ ИНТЕРВЬЮ

Общие особенности индивидуального интервью в качественной методологии. Фокусированное интервью: недирективность, специфичность, полнота и глубина. Полустандартизованное интервью, его элементы, проблемы, ограничения. Интервью, центрированное на проблеме, и его особенности. Экспертное интервью. Этнографическое интервью. Нарративное интервью. Другие специальные типы интервью. Принципы проведения качественного интервью. Поведение интервьюера и информанта: проблемы посредничества и управления. Процессуальность: параллельный сбор и анализ материалов. Фиксация данных интервью. Приемы стимулирования информанта к рассказыванию: инструкция, паузы, переформулирование, конфронтация. Особенности интервью с использованием Интернета.

ТЕМА 2.4 ГРУППОВОЕ ИНТЕРВЬЮ

Возникновение метода групповых интервью. Правила проектирования и проведения группового интервью. Фиксирование данных. Групповые дискуссии. Типы групп. Фокус-группы и правила их проведения. Изоморфизм фокус-группы и повседневных процессов формирования мнений. Предположения, лежащие в основе метода (конфронтация мнений усиливает их и т.д.). фокальных стимулов. Общие принципы формирования фокус-групп: число и состав. Ограничение на участие в фокус-группах. Количество групп в фокус-групповом исследовании. Число географических мест проведения фокус групп. Организация проведения фокус групп: устройство помещения, обеспечение явки участников. Критерии отбора респондентов: выбор критериев, техника набора участников. План (топик-гайд, вопросник) обсуждения. Модератор: функции модератора, основные стили работы модератора. Требования к модератору. Личностные качества модератора. Подготовка модератора. Роли участников группы, управление групповой дискуссией. Участие наблюдателей. Фиксация и транскрипция данных группового интервью. Анализ данных группового интервью.

ТЕМА 2.5 НАБЛЮДЕНИЕ

Понятие наблюдения. Особенности наблюдения как общенаучного метода исследования. Этнографическое наблюдение. Планирование наблюдения. Программа наблюдения. Единицы наблюдения. Виды выборок в исследованиях с использованием наблюдения. Виды наблюдения по степени формализации. Особенности структурированного и неструктурированного наблюдения. Виды наблюдения по степени участия наблюдателя: особенности невключенного и включенного (участвующего) наблюдения. Виды участвующего наблюдения. Фиксация результатов наблюдения: протоколы и технические средства. Требования к наблюдателю. Подготовка наблюдателей. Преимущества и недостатки наблюдения. Связь наблюдателя с объектом наблюдения, эмоциональная окрашенность наблюдения. Достоверность результатов наблюдения.

РАЗДЕЛ 3. ЧАСТНЫЕ МЕТОДЫ ЭМПИРИЧЕСКОГО ИССЛЕДОВАНИЯ

Тема 3.1 Анализ социальных сетей

Социальные группы и общности как сети. Коммуникативные сети. Развитие исследований социальных сетей: от классической социометрии к современному анализу социальных сетей. Краткая история анализа социальных сетей. Типы сетей: социоцентрические, эгоцентрические, открытые. Основные понятия теории графов. Вершина, ребро, дуга, смежность, маршрут, цепь, путь, плотность, степень вершины, подграф, реберная и вершинная связность. Типы данных о сетях: бинарные и взвешенные, означенные и неозначенные, единичные и множественные, направленные и ненаправленные, симметричные и асимметричные, динамичные и статичные. Представление сети в виде социоматрицы. Мономодальные и бимодальные сети. Центральность как мера заметности, влияния вершины в графе. Центральность по степени близости и посредничеству. Централизация социальной сети. Идентификация сплоченных подгрупп. Эго-сети. Размер и диаметр эго-сетей. Сети «тесного мира» и их прикладное значение. Общие представления о компьютерных программах для визуализации и анализа социальных сетей.

Тема 3.2. Количественный анализ содержания сообщений (контент-анализ)

Количественный контент-анализ как алгоритмизированный перевод содержания сообщения в количественные показатели с последующей обработкой и обобщением результатов. Краткая история метода контент-анализа. Область применения контент-анализа. Основные требования к контент-аналитическому исследованию: объективность, систематичность, количественное описание, анализ явного содержания, обобщенность. Разработка методики, обоснование и выделение категорий и подкатегорий анализа. Требования к категориям и подкатегориям анализа. Единицы контент-анализа и процедура подсчета. Виды выборок в контент-анализе. Процесс кодирования. Кодировочная матрица; инструкция кодировщику. Тренинг и оценка надежности инструментария. Количественная обработка данных, индексы. Интерпретация результатов исследования, подготовка отчета. Особенности контент-анализа визуальной информации.

Тема 3.3 Качественный анализ текста: обоснованная теория, дискурс-анализ

Особенности качественного исследования. Различия количественного и качественного подходов в исследовании коммуникации. Способы обеспечения объективности качественных исследований. Процессуальная природа качественного исследования. Обоснованная теория (Б.Глейзер, А.Страусс). Типы выборок и критерии выбора в качественном исследовании. Теоретическая

выборка. Выборка теоретического насыщения. Начало исследования: источник исследовательских проблем; постановка исследовательского вопроса. Процедуры кодирования. Открытое кодирование. Техники для усиления теоретической чувствительности: принципы сравнения и вопрошания. Процедуры осевого и избирательного кодирования. Восхождение к теории.

Определения дискурса. Дискурс и текст. Предпосылки и общие принципы дискурс-анализа. Критический дискурс-анализ: теоретическая база; основные теоретические послышки; цели метода. Описание критического дискурс-анализа (Н.Фэркло). Описание исторического дискурс-анализа. Англосаксонская традиция (дискурсная психология). Выявление паттернов, стратегий и функций дискурса. Репертуары интерпретаций. Интересы. Сценарии (скрипты). Постструктуралистская традиция дискурс-анализа (М.Фуко). Дискурсивные формации. Дискурс и власть. Дискурс неравенства, подавления, исключения. Общие принципы обучения дискурсному анализу.

Тема 3.4 Исследование маркетинговых коммуникаций методом фокус-групп (тестирование рекламных материалов на фокус-группах)

Социально-психологические механизмы функционирования фокус-группы: групповая динамика; социально-психологические характеристики группы; личность в групповом процессе. Управление работой группы. Методы и технологии фокус-группового исследования: вопрос как основной методический прием; зондирующие методы и процедуры выбора; проективные методы; ассоциативные методы; процедуры конструкции; экспрессивные методы. Анализ результатов фокус-группового исследования: технический этап; аннотирование транскриптов; интерпретация данных; представление результатов. Основные принципы анализа. Репертуар методов и приемов для тестирования рекламной продукции на фокус-группе. Тестирование рекламного текста и слогана; тестирование телевизионной рекламы; тестирование печатной рекламы; тестирование названия и упаковки; тестирование концепции товара.

ЛИТЕРАТУРА

ОСНОВНАЯ

1. Батыгин Г.С. Лекции по методологии социологических исследований. – М.: Аспект-Пресс, 1995.
2. Градосельская Г.В. Сетевые измерения в социологии: Учебное пособие. – М.: Новый учебник, 2004.
3. Девятко И.Ф. Методы социологического исследования. 3-е изд. – М.: Университет, 2004.
4. Дэвис Дж.Дж. Исследования в рекламной деятельности. – М.: Вильямс,
5. Ефимова Н.В. Контент-анализ // Оперативное социологическое исследование: методика и опыт организации. Под ред. Д.Г. Ротмана, А.Н. Данилова, Л.Г. Новиковой. Минск, БГУ, 2001. 354 с.
6. Ефимова Н.В. Фокус-группы в маркетинговом исследовании// . Маркетинг, реклама и сбыт. Научно-теоретический и производственно-практический журнал для руководителей и работников подразделений маркетинга.—2006. -- № № 6-11.
7. Квале С. Исследовательское интервью. – М.: Смысл, 2003.
8. Мазаник М.Н., Бурина И.Ф. Методология и методы исследования коммуникаций: учеб.-метод. комплекс – Минск: БГУ, 2008.
9. Методы сбора информации в социологических исследованиях. В 2-х т. / Отв ред. Андреенков В.Г. Маслова О.В. – М.: Наука, 1990.
10. Семенова В.В. Качественные методы. Введение в гуманистическую социологию. – М.: Дело, 2003.
11. Социология: Энциклопедия / Сост. А.А. Грицанов и др. – Минск: Книжный дом, 2003.
12. Филипс Л., Йоргенсен М.В. Дискурс-анализ. Теория и метод. – Харьков: Гуманитарный центр, 2004.

ДОПОЛНИТЕЛЬНАЯ

1. Анализ образовательных ситуаций /Под ред. А.М. Корбута, А.А. Полонникова. – Минск: БГУ, 2008.
2. Белановский С.А. Глубокое интервью. – М.: Николо-Медиа, 2005.
3. Белановский С. Метод фокус-групп. – СПб.: Никколо-Медиа, 2001.
4. Бестужев-Лада И.В., Варыгин В.Н., Малахов В.А. Моделирование в социологии. – М.: Наука, 1978.
5. Бурлуцкая М.Г., Петрова Л.Я. Стандартизированное интервью: Проблемы организации // Социологические исследования. – 1997. – № 10. – С. 131-137.
6. Войскунский А.Е., Скрипкин С.В. Качественный анализ данных как инструмент научного исследования // Вестник Моск. ун-та. – Сер. 14, Психология. – 2001. – № 2. – С. 93-109.

7. Гилберт Дж. И., Малкей М. Открывая ящик Пандоры: социологический анализ высказываний ученых. – М.: Прогресс, 1987.
8. Градосельская Г. В. Социальные сети: обмен частными трансфертами // Социологический журнал. – 1999. № 1-2. – С. 156-163.
9. Грам М., Нисс Х. Разные родители, разные мечты: сравнительный анализ культурных ценностей, используемых в рекламе продуктов для детей в Дании, Германии и Великобритании // Рубеж (альманах социальных исследований). – 1999. – № 13-14. – С. 126-141.
10. Девятко И.Ф. Модели объяснения и логика социологического исследования. – М.: Ин-т социологии РАН, 1996.
11. Дмитриева Е. Фокус-группы в маркетинге и социологии. – М.: Центр, 1998.
12. Исупова О.Г. Конверсационный анализ: представление метода // Социология: 4М. – 2002. – № 15. – С. 33-52.
13. Квадратура смысла: французская школа анализа дискурса. – М.: Прогресс, 1999.
14. Ким Дж.-О. и др. Факторный, дискриминантный и кластерный анализ / Под ред. И. С. Енюкова. – М.: Финансы и статистика, 1989.
15. Ковалев Е.М., Штейнберг И.Е. Качественные методы в полевых социологических исследованиях. – М.: Логос, 1999.
16. Кохановский В.П. Философия и методология науки. – Ростов-на-Дону: Феникс, 1998.
17. Кэмпбелл Д. Модели экспериментов в социальной психологии и прикладных исследованиях. – М.: Прогресс, 1996.
18. Ленуар Р., Мерлье Д., Пэнто Л., Шампань П. Начала практической социологии. – М.: Алетейя, 2001.
19. Лобойко Д.А. Отбор информантов в качественном (этнографическом) исследовании // Качественные методы исследования в социальных науках. – Самара: Интернет-сообщество "Социологи", 2002.
20. Мангейм Дж.Б., Рич. Р.К. Политология: методы исследования. – М.: Весь мир, 1999.
21. Малхотра Н. Маркетинговые исследования. – М.: Вильямс, 2007.
22. Мертон Р.Л., Фiske М., Кендалл Р.З. Фокусированное интервью. – М.: Б.и., 1991.
23. Милграм С. Эксперимент в социальной психологии. – СПб.: Питер, 2000.
24. Назаров М.М. Массовая коммуникация в современном мире: методология анализа и практика исследования. – М.: УРСС, 1999.
25. Назарова И.Б. Непроведение опроса и отказ от интервью // Социологический журнал. – 1998. – № 1/2. – С. 161-166.
26. Новиков Ф.А. Дискретная математика для программистов. 2-е изд. – СПб.: Питер, 2007.
27. Ноэль Э. Массовые опросы. Введение в методику демоскопии. – М.: Ава-Эстра, 1993.
28. Ньюман Л. Неопросные методы исследования // Социологические исследования. – 1996. – №6. – С. 119-129.

29. Оперативные социологические исследования: методика и опыт организации / Под ред. Д.Г. Ротмана, А.Н. Данилова, Л.Г. Новиковой. – Минск: БГУ, 2001.
30. Прохоров А. Компьютерная визуализация социальных сетей / Александр Прохоров, Николай Ларичев. – Режим доступа <http://www.compress.ru/article.aspx?id=16593&iid=771>
31. Рабочая книга социолога / Под ред. Г.В. Осиповой. – М., 2001.
32. Рогозин Д., Яшина А. Анализ коммуникативных сбоев в экспертном интервью // Социальная реальность. – 2007. – №5. – С.86-101.
33. Рузавин Г.И. Методология научного познания. – М.: ЮНИТИ, 2005.
34. Садман С., Брэдбэрн Н. Как правильно задавать вопросы. – М.: Ин-т Фонда «Общественное мнение», 2002.
35. Сивуха С.В. Личные сети минчан // Минчане в начале XXI века: социальный портрет / В.А. Бобков и др. – Минск: МНИИСЭПП, 2006. – С. 125-140.
36. Социологический словарь. – Минск, 1991.
37. Социология. Учебное пособие для студентов ВУЗов. – Минск, 1997.
38. Страусс А., Корбин Дж. Основы качественного исследования: Обоснованная теория. Процедуры и техники. – М.: Эдиториал УРСС, 2001.
39. Таршис Е.Я. Перспективы развития метода контент-анализа // Социология: 4М. – 2002. – № 15. – С. 71-92.
40. Федотова Л.Н. Анализ содержания – социологический метод изучения средств массовой коммуникации. – М.: Научный мир, 2002.
41. Фуко М. Археология знания. – Киев: Ника-Центр, 1996.
42. Харари Ф. Теория графов. – М.: УРСС, 2003.
43. Хархордин О. Фуко и исследование фоновых практик // Мишель Фуко и Россия / Под ред. О. Хархордина. – СПб.; М.: Европейский университет в Санкт-Петербурге; Летний сад, 2001. – С. 45-80.
44. Чураков А. Н. Анализ социальных сетей // Социологические исследования. – 2001. – № 1. – С. 109-121.
45. Ядов В.А. Стратегия социологического исследования. Описание, объяснение, понимание социальной реальности. 6-е изд. – М: Академкнига, 2003.
46. Erjavec K. Beyond advertising and journalism: hybrid promotional news discourse // Discourse & Society. – 2004, Vol. 15. – №5. – P. 553–578 (*в переводе*).
47. Gill R. Discourse analysis: practical implementation // Richardson J.T.E. (Ed.) Handbook of Qualitative Research Methods for Psychology and the Social Sciences. – London: The British Psychological Society, 1996. – P.141–156 (*в переводе*).
48. McCarty C. Structure in Personal Networks // Journal of Social Structure. – 2002, Vol. 3. (peer-reviewed on-line journal) <http://zeeb.library.cmu.edu:7850/JoSS/McCarty/McCarty.htm>.

49. Parker I. Discourse analysis. In Banister P., Burman E., Parker Ian, Taylor M. and Tindall C. *Qualitative Methods in Psychology: A Research Guide*, 1994. – P. 92–107 (*в переводе*).
50. Potter J. Discourse analysis and constructionist approaches: technical background. In Richardson J.T.E. (Ed.) *Handbook of Qualitative Research Methods...* – London, 1996. P.125–140 (*в переводе*).
51. Silverman D. *Interpreting Qualitative Data: Methods for Analysing Talk, Text and Interaction*. 2nd ed. – London: Sage, 2001 (*фрагменты в переводе*).

МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ОРГАНИЗАЦИИ И ВЫПОЛНЕНИЮ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ СТУДЕНТОВ ПО УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЕ

Самостоятельная работа студентов организуется в соответствии с учебным планом по специальности на основании действующего в учреждении высшего образования Положения о самостоятельной работе студентов.

Самостоятельная работа студентов является основным способом охвата учебного материала по дисциплине «Методология и методы исследования коммуникации» в свободное от обязательных учебных занятий время. Цель самостоятельной работы студентов – содействие усвоению в полном объеме содержания учебной дисциплины и формированию самостоятельности как личностной черты и важного профессионального качества, сущность которых состоит в умении систематизировать, планировать и контролировать собственную деятельность. Задача самостоятельной работы студентов – усвоение определенных стандартом знаний, умений и навыков по учебной дисциплине, закрепление и систематизация полученных знаний, их применение при выполнении практических заданий и творческих работ, а также выявление пробелов в системе знаний по предмету.

Самостоятельная работа студентов по учебной дисциплине «Методология и методы исследования коммуникации» должна организовываться с соблюдением следующих условий:

- обоснование необходимости самостоятельной работы студентов, как для выполнения общих задач, так и для решения конкретных задач по дисциплине;
- создание детальных методических рекомендаций по выполнению всех видов и форм самостоятельной работы;
- создание возможности студентам выполнять ту творческую работу, которая соответствует их условно-профессиональному уровню усвоения знаний, не ограничиваясь только выполнением стандартных задач;
- поддержание постоянной обратной связи со студентами в процессе выполнения самостоятельной работы, что является условием ее эффективности.

С учетом содержания, цели и задач учебной дисциплины «Методология и методы исследования коммуникации» целесообразно осуществлять следующие основные виды самостоятельной работы:

- самостоятельная работа, которая обеспечивает подготовку к аудиторным занятиям;
- поисково-аналитическая работа;
- научно-исследовательская работа.

Перечень заданий для самостоятельной работы студентов по дисциплине, формы ее организации и виды, сроки выполнения и количество баллов, которое можно получить за выполнение заданий самостоятельной работы, определяются преподавателем и утверждаются кафедрой при разработке учебной программы дисциплины. Формируя перечень заданий для самостоятельной работы студента по учебной дисциплине «Методология и методы исследования коммуникации», преподаватель должен учитывать его сбалансированность с другими видами учебной работы.

ПЕРЕЧЕНЬ РЕКОМЕНДУЕМЫХ СРЕДСТВ ДИАГНОСТИКИ РЕЗУЛЬТАТОВ УЧЕБНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Процесс диагностики результатов учебной деятельности студента, сформированных в результате изучения учебной дисциплины «Методология и методы исследования коммуникации» должен включать:

- Выявление факта учебных достижений студента с помощью учебного проектирования и учебного исследования, тестов, контрольных заданий.
- Измерение степени соответствия учебных достижений студента по дисциплине требованиям образовательного стандарта по специальности и настоящей типовой программы. Оценивание соответствия достижений студента по учебной дисциплине требованиям образовательного стандарта специальности рекомендуется проводить в форме экзамена. Отметка на экзамене по учебной дисциплине «Методология и методы исследования коммуникации» производится по десятибалльной шкале.